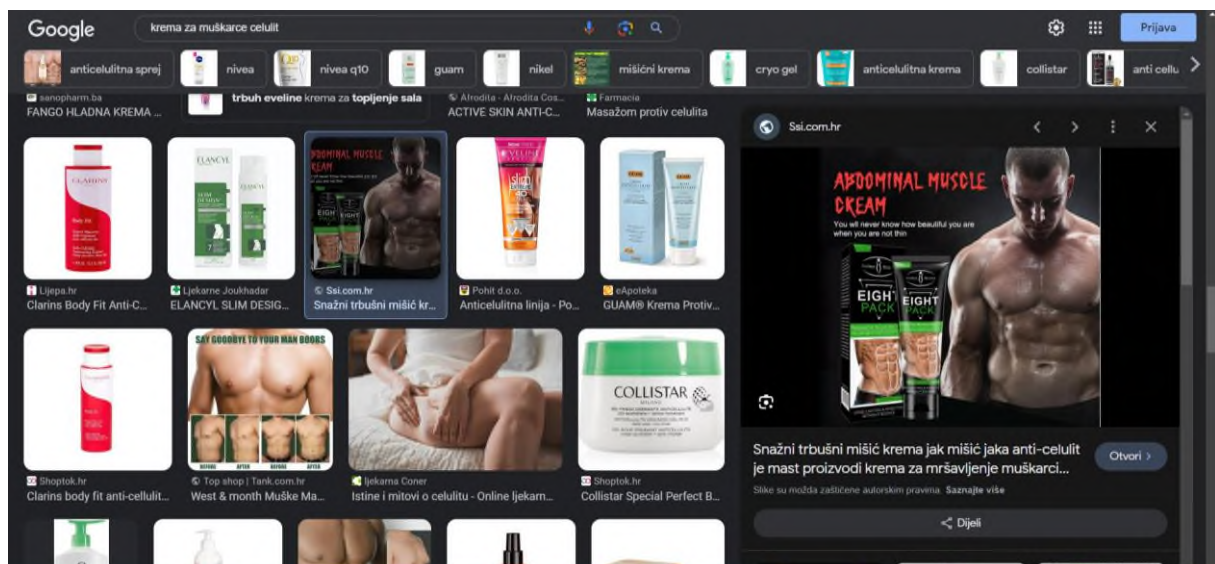


Razotkrivanje stereotipa o ljepoti u medijima

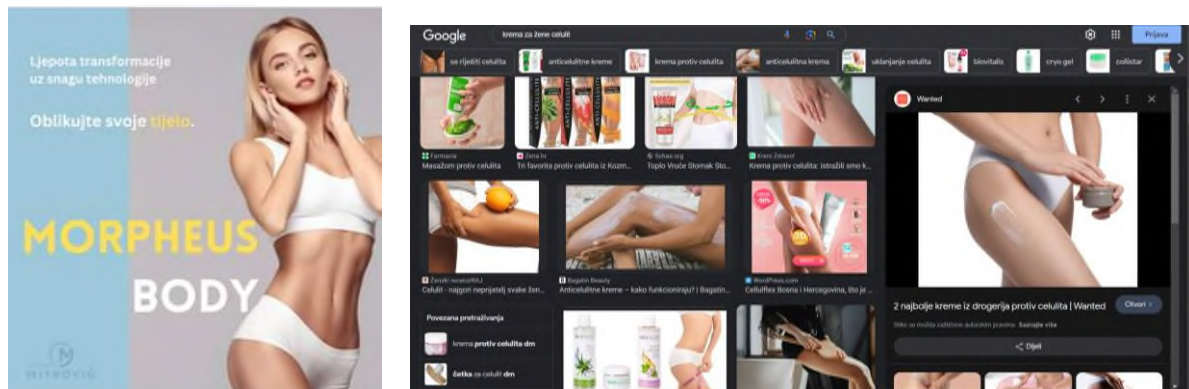
Stereotipi, toliko su sve prisutni u našoj okolini. Na medijskom platnu česta su istupanja ljudi koji u dobivenom vremenu nekog medijskog giganta na ljude šire svoj stereotip kao nešto opće prihvatljivo. Sličan posao rade i PR službe objavljujući reklame. Mnoge u njih propagiraju stereotipna mišljenja ili pak na neki način stavljaju određeni dio populacije u nepovoljniji položaj.

U navodima Hrvatske enciklopedije **stereotip** „je sklop pojednostavnjenih i pretjerano uopćenih osobina koje se pridaju svim pripadnicima neke društvene skupine.“ Trenutno živimo u društvu, kada se događaji iz nečijeg doma prije komentiraju na dugom kraju svijeta nego li unutar četiri zida. Zašto je tome tako? Informacije koje stavljamo na Internet bjesomučno jure bespućima interneta i predstavljaju u mnogočemu veliku opasnost za nas same. Načini na koje koristimo internet uistinu su različiti. Od pronalaženja korisnih informacija, dobivanja ideja, informiranja drugih, ali i pronalaženje informacija o mnogočem za nas same. Internet je također odličan medij za oglašavanje. Često reklame ne idu u prilog svima. Događa se da u reklamama postoji skriven mit, a ponekad i stereotip. Razmišljajući o toj temi svoj fokus stavila sam na tretiranje i reklamiranje celulita. Prisjetimo se: Celulit nastaje zbog slabije cirkulacije i nakupljanja masti u stanicama, a manifestira se neravnim izgledom kože poput narančine kore. Tvari koje pospješuju cirkulaciju, sprečavaju nakupljanje masti i uništavaju masne stanice (lipoliza) učinkovite su u suzbijanju celulita. Znanstveno gledajući, istina je da ima razlike u vezivnom tkivu muškarca, žene te adolescenata. Tako je celulit češća pojava kod žena, no te ne briše činjenicu da je prisutan kod muškaraca i adolescenata. Celulit najčešće predstavlja problem djeci u pubertetu zbog brzog rasta. Pregledavajući Internet, teško se uopće dolazi do informacija o kremi koju muškarci i adolescenti mogu koristiti protiv celulita. Štoviše, tek nakon što sam u tražilicu na internetu upisala krema za celulit za muškarce, našla sam nekoliko proizvoda. Možemo primijetiti da je na fotografijama savršeno tijelo muškarca. Nije bilo fotografije nesavršenosti na muškarčevu tijelu.



Kod pretraživanja interneta za kreme protiv celulita za žene, nailazimo na neke od primjera gdje je prikazano i nesavršenost prije upotrebe kreme. Najčešća fotografija uz proizvod je prikaz žene i njezine kože koja je savršena i ne ukazuje na to da je u prošlosti imala problema s celulitom. Također, većini kupaca dovoljna je takva fotografija da kupe proizvod. Smatram kako

bi proizvođač ukazao na djelovanje proizvoda, potrebne su fotografije ciklusa korištenja proizvoda. Na takvim fotografijama bi se vidio rezultat koji daje proizvod protiv celulita.



Pronašla sam primjer gdje je na proizvodu prikazana fotografija savršene ženske kože.



Na svim reklama su žene, osim ako se u tražilici ne doda posebno naznačeno da se radi o muškarcima. Odnosno stavljanje u kalup. Ljuti me činjenica da se u fokus lijepog tijela stavljaju najčešće žene. Nedostaci su dozvoljeni muškarcima i adolescentima, takvo je barem nepisano pravilo oglašavanja kad je u pitanju ljepota. To je cinično ponašanje gdje se samo mane, poput celulita, najčešće pripisuju samo ženama. Žene su u tom slučaju češće u korištenju alata za dorađivanje. I tu nastaje problem na društvenim mrežama. Celulit sam po sebi nije problem, problem je što prikazivanje realnog tijela s nedostacima izaziva kod mase. Ukoliko promakne nekoj od javno eksponiranih žena fotografija bez dorade, fotografija s nedostacima, objavljena na internetu, slijedi eksplozija ružnih komentara i pogrđnih naziva. I to najčešće od istih onih koje mediji stavljaju u isti koš i nameću regule lijepog ženskog tijela bez nedostataka.

<https://www.index.hr/magazin/clanak/hejteri-napali-glumicu-zbog-celulita-ona-ih-unistila-to-tijelo-mi-je-dalo-najveci-dar-sina/986839.aspx>

Ovaj članak na linku (<https://www.vecernji.hr/lifestyle/pokazala-svoje-tijelo-bez-filtera-pa-ju-mnogi-vrijedali-rekli-su-mi-da-sam-debela-i-odvratna-1652517>) zapravo je bit svega ono što

sam željela pronaći, istaknuti i napisati u ovom kratkim osvrtom, a to je da Internet, filteri i primjena mnogih alata često mijenjaju percepcije. Za zabrinuti je da mnogi mladi jesu ili postaju ovisnici o „skrolanju“ na raznim društvenim mrežama, postaju lake mete ideala tijela koji se nameće, postaju sljedbenici kulta nestvarne ženske ljepote. I onda... nažalost, imamo sve učestalije probleme s mladenačkim ispadima koje zahtijevaju psihijatrijsku opservaciju ili je zatražen neki drugi oblik pomoći. Zašto? Zbog nemogućnosti upotrebe alata u stvarnom životu. Utješna je i pohvalna činjenica da se u novije vrijeme prirodan izgled vraća u modu i postoji krug sljedbenika i pratitelja poznatih koji pokazuju da razumiju razliku između prirodne ljepote i „ispeglanog – Internet“ izgleda.

<https://www.24sata.hr/show/lana-pokazala-celulit-pa-zamalo-zaplakala-hvala-na-podrci-709775>

Kratko bih se osvrnula i na problem sa celulitom u adolescenciji. Potaknuvši razgovor u društvu doznajem par zanimljivih informacija. Većina vršnjakinja susrela se te se bori s celulitom. Većina, kako bi ga se riješila koriste kreme za trudnice protiv celulita jer zapravo ne postoji krema za adolescente ili univerzalna krema koja uklanja celulit. Navode da se nakon nekoliko tjedana vide promijene te rezultati. Dok pak neki postavljaju zanimljivo pitanje: Kako izgleda celulit? Pa nisam trudna da bih imala celulit. Ovim pitanjem dolazim da zaključka kako se javnost premalo informira o tome te kako kruže veliki stereotipi pričajući o ovoj temi.

A ja? I nakon ovog kratkog kritičkog osvrta ostajem ona ista. U stvarnom životu ostajem etiketirana kao djevojka s celulitom na nogama, ostajem kao gimnazijalka koja ne objavljuje fotografije na internetu, ostajem osoba kojoj je draži realističan izraz. Ostajem jedna od onih koja u parfumerijama i ljekarnama uporno traži kremu za celulit za svojeg tatu.

Zita Zamuda, 1.b